

AGOSTO NO

AZUL

Dia dos Pais marca o início do calendário sazonal para o segundo semestre de 2016, quando as vendas podem aumentar

por Andréia Martins

Para começar o segundo semestre com o pé direito, a melhor dica que se dirige ao comerciante é simples e se resume em três palavras: Dia dos Pais. A data, lista entre as principais do calendário sazonal, reúne lançamentos e oportunidades lucrativas para quem souber explorar as cestas de produtos que mais agradam a esse público. Para o ponto de venda que tem uma rotisseria, o cardápio para o segundo domingo de agosto deverá ser caprichado. Mas para aqueles que não contam com muito espaço físico, a dica fica por conta de kits presenteáveis, que os fornecedores preparam para a época.

Neste ano, o comércio nacional deverá movimentar cerca de 5,6 bilhões de reais durante o período comemorativo, segundo a Fecomércio-RJ

5,6

bilhões de reais é o que o comércio nacional vai movimentar durante o período comemorativo, segundo a Fecomércio-RJ

rativo. O levantamento, realizado pela Fecomércio-RJ – Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro, em parceria com a empresa de pesquisa Ipsos, reúne a intenção de compras nos setores de alimentação, vestuário e acessórios. Apesar do cenário recessivo na economia brasileira, foi detectado um aumento de quatro pontos percentuais na intenção de compras para a data comemorativa. O total que declarou ter intenção de presentear os pais aumentou de 32% em 2015 para 36% em 2016.

Patricia Bratt, sócia da Hibou, empresa de planejamento de mercado e consumo, o local escolhido pelo filho ou esposa para realizar a compra dependerá da proximidade do trabalho ou da casa, ou até mesmo da diversidade de opções oferecida por cada estabelecimento. A executiva lembra que a oportunidade para o varejo de vizinhança alimentar bate à porta. “A compra do presente varia de acordo com a classe social e a disponibilidade de tempo do filho, e muitas vezes o próprio presente é um almoço ou jantar”, afirma.

Eis sete dicas e novidades de mercado que prometem tornar o ponto de venda mais atrativo durante o período que antecede o Dia dos Pais.

1 Para não errar a mão quando ambientar a loja e escolher o melhor mix, o lojista precisa seguir um plano de ação certo, focado no perfil do seu cliente. Não se esqueça de que a data estimula a circulação de consumidores em seções como bebidas alcoólicas e bazar. O Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas lançou uma cartilha específica para ajudar o comerciante a aumentar suas vendas. O material concentra orientações para que o lojista tome alguns cuidados. Por exemplo, não estocar itens demais apenas com vistas a aproveitar descontos de fornecedores; equilibrar o estoque para não perder oportunidades de venda nem ficar com produtos encalhados; fazer um mix de produtos e serviços; oferecer promoções; e oferecer sugestões por faixa de preços também estão entre as instruções de apoio ao comerciante.

2 Aposte no novo. Normalmente, não é comum encontrar itens relacionados a bazar em uma loja varejista de vizinhança. CDs, DVDs, livros, artigos esportivos e cosméticos são produtos procurados na época. Com maior valor agregado, os itens podem aumentar a rentabilidade da loja. Também aposte em títulos conhecidos e de valor médio para aqueles que pretendem desembolsar menos pelo presente. Aventais e facas para churrasco também constituem uma boa pedida para o período. Lembre-se de destacar os itens presenteáveis em áreas de maior movimento.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Em um mercado normalizado, o Dia dos Pais é uma das datas de grande número de vendas de produtos, que resultam em quase 10% de incremento

Patricia Bratt, diretora de Marketing da importadora Gourmand

3 A Gourmand Alimentos reuniu seus produtos mais desejados pelo público masculino em uma seleção de chocolates importados. A empresa traz ao varejo o chocolate After Eight, da Nestlé Inglaterra, os bombons de chocolate belga Delafaille, os chocolates com recheio de bebidas da Weinrich e os bombons com bebidas da Laroschell. “Em um mercado normalizado, o Dia dos Pais é uma das datas de grande número de vendas de produtos, que resultam em quase 10% de incremento. É o que esperamos para este ano”, declara Patricia Bratt, diretora de Marketing da importadora Gourmand Alimentos. A empresa pretende promover degustações no ponto de venda.

4 Normalmente, em datas especiais, quem compra não é quem usa. Diante disso, é necessário que o vendedor tenha argumentos de venda diferentes e saiba dar explicações detalhadas quanto à forma de uso dos produtos. O vendedor deverá seguir três passos: O primeiro é se apresentar ao cliente e cumprimentá-lo pelo nome. O segundo é deixar o possível comprador à vontade e o terceiro é estar atento caso seja chamado para ajudar na compra.